

令和5年度 経済文教委員会 都市行政調査報告書

令和5年11月19日から11月22日

①吹田市

インクルーシブ教育について
ICT教育について

②鹿児島県

畜産振興について
全国和牛能力共進会について

③久留米市

久留米まち旅博覧会について

所管事務調査報告書（経済文教委員会）

調査委員

委員長	林 佳奈子
副委員長	三浦 勇利
委員	檜山 直義
委員	今野 祐子
委員	有城 正憲
委員	谷保 寿彦
委員	杉野 智美

同行

学校教育部参事	黒島 俊一
農政部長	桃井 順洋
経済部長	吉田 誠
議会事務局総務課議事係主任補	
	蓑島 優貴

経済文教委員会委員は、所管事務に関する調査のため、令和5年11月19日から11月22日までの4日間において、吹田市（11月20日）、鹿児島県（11月21日）、久留米市（11月21日）を訪問し、本委員会の所管事務中、観光に関する事項、農業、林業、畜産業及び水産業に関する事項、教育委員会の所管に属する事項に関し、訪問先において説明聴取、質疑応答及び資料収集を行った。

なお、収集した資料については、議会図書室において保管している。

以下、訪問順にその概要を報告する。

調査項目① 『インクルーシブ教育について／ICT教育について』

調査先：吹田市

調査日時等

日時：令和5年11月20日（月） 9：30～11：30

場所：吹田市議会

説明：吹田市教育委員会 学校教育部 教育センター

所長 木谷 美香 氏 所長代理・指導主事 藤原 知宏 氏
参事・指導主事 福井 将人 氏 主幹・指導主事 大津 博典 氏

調査概要

1 調査対象事業の概要と調査目的

吹田市では、東京大学大学院教育学研究科との連携協定を基に、産学官で連携し、「障害の社会モデル」の考え方を吹田市の学校関係者に伝えるとともに、インクルーシブ教育に資する教育プログラム・カリキュラム・学びの場を共同で開発している。

また、子どもたちがテクノロジーを積極的に活用し、善き使い手となるため、デジタル・シティズンシップ教育を土台としたICT教育に取り組んでいる。

こうした取組みを今後の学校教育に関する議論の参考とするため調査を行った。

2 吹田市の概要

- (1) 人口 382,712人（令和5年11月末現在）
- (2) 面積 36.09km²
- (3) 学校（令和5年5月1日現在）
 - 小学校：36校 674学級 21,483人
 - 中学校：18校 247学級 9,175人

帯広市（令和5年5月1日現在）
小学校：26校 414学級 7,560人
中学校：14校 184学級 3,917人
※大空学園義務教育学校については、前期を小学校、後期を中学校として集計

3 インクルーシブ教育

(1) 教育現場の状況と初期の取組み

- ・ 毎年、支援学級在籍者が100人以上増加
- ・ 不登校児童・生徒が増加

↓ 打開するために…

- ・ 子どもたちの多様性を尊重できる教員の育成
- ・ 環境調整とICT活用により、学びのアクセシビリティを保障した学校づくり

（取組み内容）

- ① 教職員研修の実施…「1人1台タブレットで学びに選択肢を作る～子どもを自律的な学習者として育てるために」、「読み書きが苦手な子どもたちの事例から考えるインクルーシブ教育」 など
- ② 研究会の設置…「社会モデルに基づく合理的配慮の実践研究会」
- ③ 合理的配慮についてのチェックリストの実施

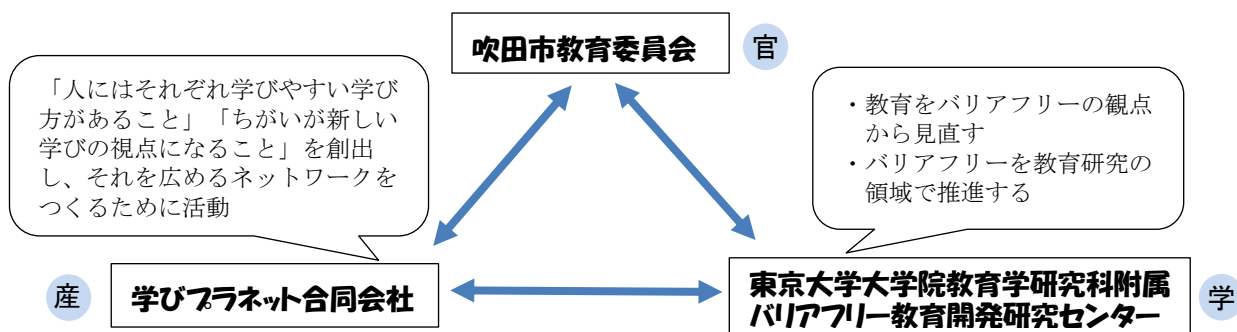
全ての教職員が「**社会モデル**」の考え方を理解する必要がある

障害などによる不利益・困難の原因は障害のない人を前提とした社会のつくりやすさにあるという考え方

(2) 連携協定の締結

さらに取組みを広げていくために、産学官で連携。令和4年1月27日に東京大学大学院教育学研究科と「教育・研究交流連携事業に関する協定」を締結。

- ・ 学校をインクルーシブな空間へと再編成
- ・ インクルーシブ社会の実現に寄与



(連携協定締結後の取組み内容)

① 教職員研修動画の提供

「子どもに社会モデルを伝える」「障害の社会モデル」など

② 研究会の設置 (インクルーシブ教育研究会)

「インクルーシブティーチャータップの醸成」をテーマに研究員(教職員)が「障害の社会モデル」についての研修や理解授業の実践などを実施

⇒ 教育研究報告会で発信

③ 研究推進校の設置

中学校1校(令和4年度)及び小学校2校(令和4・5年度)に設置

- ・ 合同の研修会：公開授業や講義の実施
- ・ 授業実践：「車いすユーザーの社会」「迷惑なのは誰」「バリアはどうしてできちゃうの？」

④ 「インクルーシブな学校づくりハンドブック2022」の作成

令和3年度から取り組んでいる授業実践、令和4年度の研究会や研究推進校での取組みを含め、インクルーシブな学校づくりのための基礎的な考え方や参考となる情報を集めたもの



⑤ 新たな教育支援教室

令和6年4月に開室予定の未来型教育支援教室を「社会モデル」の視点に基づくインクルーシブ最先端の場とするため、システムや内装、備品等(ハード面)及びICTの活用(ソフト面)などへの助言を実施

(3) 今後の展開

インクルーシブに関わる取組みをこれまで吹田市で取り組んできた市民教育とリンクさせ、「社会モデル」の考え方を根付かせる。

教育から今ある社会をインクルーシブな社会へ

4 ICT教育

(1) GIGAスクール構想の実現とデジタル・シティズンシップ教育

現代社会は、デジタル機器やインターネット抜きには成り立たないデジタル社会であり、デジタル社会に必要な力を身につける必要がある。

↓

子どもたちを
ICTの善き使い手に！

デジタル・シティズンシップ教育

自分たちの意思で自立的にデジタル社会と関わっていくための
知識やスキルを身につける教育

デジタル・ シティズンシップ教育 の三本柱

インターネットの世界は公共の場
(仮想空間も現実空間も同じ)

ICTを責任を持って積極的に使う

立ち止まって考える
(共感力、メタ認知力、ウェルビーイングの視点)

※ デジタル・シティズンシップ教育の領域

- ① デジタル足跡とアイデンティティ
- ② プライバシーとセキュリティ
- ③ メディアバランスとウェルビーイング
- ④ 対人関係とコミュニケーション
- ⑤ ニュースとメディアリテラシー
- ⑥ いじめ・もめごと・ヘイトスピーチ

小・中9年間の学びを通し、
子どもたちがデジタル社会で
より善く生きるために必要な
知識・考え方を身につけさせる！

(2) デジタル・シティズンシップ教育の推進に向けた取組み

- ・ 指導案及びデジタル・シティズンシップ教育年間指導計画を全校に提供
- ・ 全指導主事対象の学習会を実施
- ・ 研究推進校の選定・研究会の発足
- ・ 保護者向け動画の配信 など

学校・家庭・地域における
認識の共有を図る
(子どもへの一貫した指導)

(3) 1人1台端末の主な活用事例

① 学びの共有 (ミライシード)

「オクリンク」や「ムーブノート」という機能を使い、先生と児童・生徒あるいは児童・生徒同士で情報の共有や集計を行い、個別最適な学習につなげている。

② プログラミング教育 (トイドローン、レゴなど)

iPadを使用し、プログラミングにより立体物であるドローンやレゴを実際に動かすことで、実感やイメージがわき、試行錯誤することで、論理的思考につながる。

③ 他地域との交流 (Microsoft Teams)

市内外の学校や台湾の学校とオンラインによる交流を実施している。

※ その他

体育の授業における自分自身の動きの撮影・映像による検証、自宅からの係活動・ホームルームへの参加、文化祭の出し物のPR動画作成 など

主な質疑

Q： 不登校児童・生徒数や支援学級在籍者が増加している中、どのような考え方でインクルーシブ教育を進めているのか。

A： そもそも学校が魅力的でないことやインクルーシブな空間に十分なりきっていないことなどが不登校児童・生徒数や支援学級在籍者の増加という結果につながっていると考える。インクルーシブ教育を進めていく中で、ゆくゆくは不登校児童・生徒が減少し、支援学級に入らなくても困難さを感じず、子どもたちがお互いに認め合いながら力をつけていくことができるような形を目指していきたい。

Q： インクルーシブ教育は簡単に言えば「分けない教育」と捉えられ、全ての児童・生徒が同じ教室で学ぶことで生じる問題もあると思われるが考え方は。

A： 大阪府全体として、支援学級に在籍しながら通常学級にも席があり、「ともに学ぶ」ということを目指しており、子どもの発達段階、障害の状況に応じ、学びの場を選択していくという考え方がある。本市としても支援学級や通級指導教室をなくし、一律に同じ教室で学ぶということではなく、選択できることが大切だと考えている。



Q： 通級指導教室の設置状況は。

A： 小学校は約半数、中学校は5校に設置。

Q： 通常学級での学びを進める際に、なかなか座ってられない子や、授業妨害をしてしまう子もいると思われるが、学習環境を保障するための取組みは。

A： 障がい児補助員の配置に努めており、それぞれの児童・生徒の発達段階に合わせ支援している。元教職員や子育てを経験されている方が担い手となっていることが多い。

Q： 教職員の特別支援教育に関するスキルアップに向けた取組みの状況は。

A： 全校に配置している特別支援教育コーディネーターを核に、特別支援教育に関する知識や情報を各学校で共有している。

また、全教職員を対象に、年間約15回の特別支援教育に関する研修を行っており、支援学級担当の教職員のみならず通常学級担当の教職員の資質向上を図っている。

Q： 教職員のインクルーシブ教育に関する研修の具体的な内容は。

A： 東京大学大学院教育学研究科附属バリアフリー教育開発研究センター特任准教授や学びプラネット合同会社代表、吹田市内でインクルーシブ教育を先行して進めている学校の校長先生などを講師として、「インクルーシブ教育とは何か」や「授業のつくり方」、「子どもの権利を保障するための関わり方」などについての研修を行っている。

Q： 子どもたちの教育に関し、保護者からはどのような相談があるのか。また、保護者等のインクルーシブ教育の理解促進に向けた取組みは。

A： 教育相談の主訴としては、やはり発達障害や不登校に関するものが多く、社会モデルの考え方や多様性を受け入れる学校風土の醸成が課題と感じている。

保護者等の理解促進に向け、教育センターでは保護者講演会を実施しており、令和5年度は元教職員の大学教授などを講師として、障害についての理解促進や発達障害の子どもとの関わり方についての講演を行っている。また、インクルーシブ教育だけでなく、デジタル・シティズンシップ教育などについても保護者や地域を巻き込むことが必要と考えており、講演や動画配信を行っている。



Q： 新たな教育支援教室の開室に向けた助言の具体的な内容は。

A： オールジェンダートイレの充実、周囲が気になる子どものためのパーティションの設置、地べたに座って学びたい子どものための机・椅子兼用の台の設置など、多様な子どもが安心して過ごせる環境の整備に向けた助言を行っている。

Q： 魅力ある学校づくりに向け、いじめ予防授業を進めているとのことであるが、成果は。

A： 「シンキングエラー」や「アンバランスパワー」という言葉は子どもたちに浸透してきているが、具体的な成果はなかなか目に見えづらい。ただ、学校関係者からはいじめの深刻化率は減ってきているという話は聞こえてきている。

Q： 学校によってデジタル・シティズンシップ教育の授業内容に違いはあるのか。

A： 各校に年間の指導計画、指導案を提供し、実施しているため、基本的な内容は統一されているが、教育の目的に沿う形であれば、それぞれの教員の裁量による多少の変更は可能としている。

Q： 家庭や学童などにおいてデジタル・シティズンシップ教育の取組みは行われているのか。また高校などと連携した中学校卒業後の取組みは。

A： 学童でのICT活用の環境整備は進んでいるが、学童の指導員に対してデジタル・シティズンシップ教育を浸透させることはこれからの課題となっている。

高校との連携は現時点ではできていないが、文科省の進める情報モラル教育もデジタル・シティズンシップ教育に近い考え方になっているので、学びはつながっていくのではないかと考えている。



調査項目② 『畜産振興について／全国和牛能力共進会について』

調査先：鹿児島県

調査日時等

日時：令和5年11月21日（火） 9：30～11：30

場所：鹿児島県議会

説明：鹿児島県 農政部 畜産課

技術補佐 長野 京子 氏

調査概要

1 調査対象事業の概要と調査目的

鹿児島県は、肉用牛（黒毛和種）や豚、ブロイラーの飼養頭羽数が全国1位であるなど、畜産が全国有数の規模となっており、「鹿児島黒牛」「かごしま黒豚」「かごしま地鶏」など「かごしまブランド」の畜産物の知名度も高い。そのような中、生産基盤の強化や畜産物の品質向上など、さらなる生産振興に向け取り組んでいる。

また、2022年10月には、和牛のオリンピックとも呼ばれる、全国和牛能力共進会が県内で開催され、さらなる販路拡大や輸出拡大に努めている。

こうした取組みを今後の畜産振興に関する議論の参考とするため調査を行った。

2 鹿児島県の概要

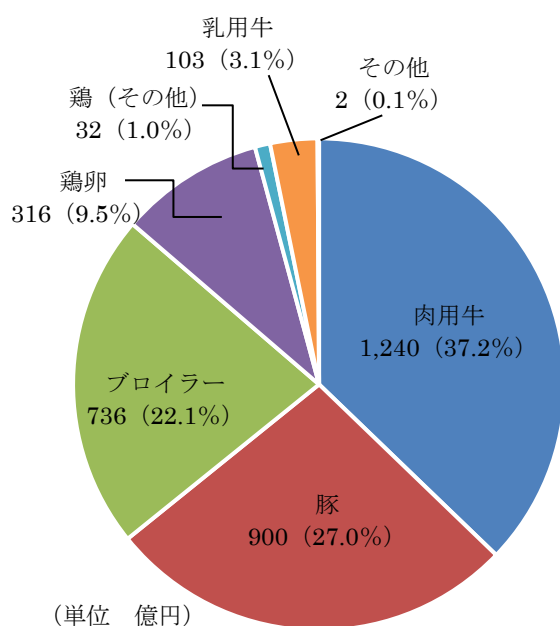
(1) 人口 1,547,268人（令和5年12月1日現在）

(2) 面積 9,188km²

3 畜産振興

(1) 畜産の動向

令和3年農業産出額【畜産部門】



飼養頭羽数（令和5年2月1日現在）

(単位 中段：頭、千羽、下段：%)

区分	全国	1位	2位	3位
肉用牛	2,687,000	北海道 566,400 21.1	鹿児島 357,800 13.3	宮崎 260,200 9.7
		鹿児島 343,400 18.4	宮崎 235,000 12.5	北海道 210,100 11.2
豚	8,956,000	鹿児島 1,153,000 12.9	宮崎 818,200 9.1	北海道 759,600 8.5
採卵鶏	169,810	千葉 13,073 7.7	茨城 12,303 7.2	鹿児島 11,582 6.8
ブロイラー	141,463	鹿児島 31,285 22.1	宮崎 28,254 20.0	岩手 20,766 14.7

(2) ブランド化の取組み

- ・ 「かごしまブランド産品」の指定

(指定の考え方)

- ①生産量が全国トップクラス ②市場評価が高い ③県の育成種などオリジナル
- ④品質等の特性が地域と結びついている (G I 産品など)

- ・ 「かごしまブランド団体」の認定

安心・安全	かごしまの農林水産物認証制度に基づく認証を受けていること
定時	指導体制や集出荷体制、検査体制等が整備され、市場や実需者に対し計画的に出荷されていること
定量	市場や実需者が求める出荷量に対して安定した出荷がされていること
定質	品質が高位平準化され、市場や実需者が求める一定の品質で安定した出荷がされていること

⇒ 全ての要件を満たす団体を「かごしまブランド団体」と認定

【鹿児島県黒豚生産者協議会】

設立：1990年10月18日

- 目的：①資源確保、改良、飼養管理技術の向上
②安全でおいしい豚肉の生産の促進
③「かごしま黒豚」銘柄の確立

かごしまブランドと協議会



【鹿児島県地鶏振興協議会】

設立：2010年9月3日

- 目的：さつま若しゃも、さつま地鶏、黒さつま鶏の3つの「かごしま地鶏」の一元的な生産振興を図り、生産者の経営安定と養鶏振興に寄与



(3) 販路拡大の取組み

- ・ 県産農畜産物が年間を通じて安定的に取り扱われるような取組みを展開
⇒ 消費地等の量販店での県産農畜産物の販売促進
- ・ 実需者の情報発信力を活用した県産農畜産物の魅力発信
⇒ 高級果実店や調理師専門学校と連携したイベントの開催
- ・ 高品質で希少性のある果物の生産者等が取り組む販売促進活動への支援

【「鹿児島黒牛」和牛日本一のPR展開】

- ・ 全国ネットのテレビや全国紙でPR
- ・ 首都圏等でのフェア開催
- ・ 空港や駅へのビジョン・看板等の設置



和牛の販路拡大

【国外へのPR】

- ・ 海外食品展示会
(フランス、シンガポール、ラスベガス)



トップセールス(フランス日本大使館等)

4 全国和牛能力共進会（和牛オリンピック）

(1) 第12回全国和牛能力共進会鹿児島大会の概要

開催時期：令和4年10月6日～10月10日

会場：種牛の部、高校・農業大学の部；霧島市 肉牛の部；南九州市

参加：41道府県

出品頭数：438頭（種牛；248頭、肉牛；166頭、特別区24頭）

来場者数：30万8,000人

(2) PR活動及び機運醸成対策

イベント（「大会100日前キャンペーン」、農業高校生と連携した大会等）の実施。各種広報媒体（新聞、テレビ・ラジオ、広告ビジョン、タブロイド判情報誌、大会ホームページ、SNS等）による情報発信。

(3) 大会会場及び運営

① 共進会エリア

審査スペースの確保と牛が過ごしやすい環境に配慮

【種牛の部】

- ・ 審査スペース…雌牛舎4棟、雄牛舎1棟、超大型テント（4,000㎡）を設置

【肉牛の部】

- ・ 審査・展示会場…出品牛166頭のと畜及び審査・展示
- ・ セリ会場…出品牛枝肉のセリを実施
- ・ セリ参観特設会場…大型ビジョンでセリを参観
- ・ 仮けい留所…出品牛32頭を一時的にけい留



【審査の様子】

② 催事エリア

- ・ おもてなしエリア…歓迎の気持ちとおもてなしを提供（総合案内、グッズ販売、次回開催地PRブースなど）
- ・ 道府県PRエリア…参加41道府県の観光・物産・文化の紹介及び交流
- ・ 和牛振興エリア…全国の銘柄牛や和牛の魅力を発信
- ・ 鹿児島県PRエリア…鹿児島県の農林水産物や特産品等の展示・販売、文化・観光のPR（113者が出店）
- ・ 協賛企業団体エリア…最新の技術、農業機械等を展示・紹介。畜産ICTに対する理解促進など（117者が出展）



【特産品の販売ブース】



【バーベキューコーナー】



【農業機械展示会場】

(4) 経済波及効果

約66億円

（大会期間中の直接効果に加え、関連産業や雇用などに係る波及効果を合わせて推計）

主な質疑

Q： 世界に通用するブランドの確立に向け、鹿児島県単独ではなく、九州全体で連携した取組みを行う考えはあるか。

A： 和牛の消費拡大という点では、九州の各県が一丸となってやっていきたいという考えはある。また、ブランド化はされていないが、酪農についても九州全体で一緒にやっていきたいという思いが強く、鹿児島県酪農業協同組合には、各県が集まって、「九州の牛乳」ということを掲げたイベントや消費拡大の取組みができないかと持ち掛けているところである。



Q： 販路拡大の取組みの中で、調理師専門学校と連携したイベント開催とあったが、具体的にはどのような取組みを行っているのか。

A： 服部栄養専門学校において「かごしまの『食』体験授業」及び「かごしまの『食』発表会」を開催した。専門学校生に鹿児島県産の食材を活用した料理を作ってもらい、メディアなどを通じて発信してもらうことで、鹿児島県産食材の認知度向上、選択の意識醸成を図った。

Q： 飼料価格が高騰する中、飼料作物の作付面積の増加に向け、どのような取組みを行っているのか。

A： 鹿児島県は1年を通して暖かい気候であるということもあり、夏季にサツマイモを植えていた畑に冬季にはイタリアンライグラスを植えるという形で二毛作を行うなど、飼料作物生産拡大に取り組んでいる。地域資源フル活用飼料増産対策事業による自給飼料増産への支援や畜産基盤再編総合整備事業による草地の造成等の飼料基盤整備支援を行っており、耕作放棄地の活用という部分でも作付面積を拡大している。加えて、稲WC Sの普及拡大にも努めている。

Q： 全国和牛能力共進会鹿児島大会（以下、大会）のPR活動として、様々なイベントも開催されたということであるが、本格的にPRを展開した時期はいつ頃からになるのか。

A： かなり前からPR資材の配布などは色々な場面で行っていたが、「大会 100 日前キャンペーン」がイベント等による大々的なPRのスタートであったと考えている。そこからどんどんPRを加速させていき、直前にはテレビや新聞での広報を頻繁に行っていた。



Q： 大会の事務局として総括を行った鹿児島県と、種牛の部・肉牛の部それぞれの会場となった霧島市・南九州市との連携・協力の状況は。

A： 会場となる現地の状況については、当然それぞれの市のほうが詳細を把握しているため、審査会場やイベント会場、駐車場などの設営に関する計画策定の段階から何度も打ち合わせを行い、施設の活用方法や注意点などについて様々な助言もいただいた。

大会当日や終了後の作業についても、市から非常に多くの人員を配置していただき、円滑な運営に協力いただいた。

Q： 大会には5日間で約31万人の来場者があり、大変な賑わいであったという話も聞いているが、トラブルなどはなかったのか。

A： コロナの過渡期で来場者数への影響を心配していたため、非常に多くの方に足を運んでいただけたことは大変ありがたいと感じているが、その分渋滞も発生し、交通の面で課題は残る形となった。

Q： 遠方から来た方の宿泊先について、大会会場となった2市のみで確保することは困難であったのではないかと考えるが、宿泊先の範囲はどこまで広がっていたのか。

A： 霧島市まで車で1時間程度の距離にある鹿児島市や、南九州市まで車で1時間30分程度の距離にある指宿市にまで宿泊先の範囲は広がっていたようである。時期的にも紅葉や修学旅行の時期と重なり、宿泊費も高くなっていたと伺っており、なんとか泊まってもらえた状況と感じている。なお、関係者についてはかなり早い時期から宿泊先を確保していたと伺っている。



Q： 大会における物販・飲食ブースの出店者の募集方法は。また出店希望者が多く、出店者を選定しなければならない状況にはならなかったのか。

A： ホームページを通して出店者の募集を行った。想定より多くの応募があったが、選定を行うのではなく、経費を追加し、出店のためのテントを増設するなどして、希望者全てが出店できる体制を整えた。

Q： 大会会場の通信環境の確保について苦労したという話を伺ったことがあるが、起きた事象や課題などについて伺いたい。

A： 種牛の部の会場は通信環境があまり良くない地域であったため、NTTとも連携しながら臨時的に通信環境が向上するよう対応してもらっていたが、想定を超えた通話やインターネットへのアクセス集中によって、通信障害が発生した。安定した通信環境が確立できるよう、もっと早い段階から計画的に通信環境の改善に向けた取組みを進める必要があったと考えている。

調査日時等

日時：令和5年11月21日（火） 14：15～16：00

場所：久留米市議会

説明：久留米市 商工観光労働部 観光・国際課

課長補佐 齊藤 竜太 氏

事務主査 吉武 小百合 氏

調査概要

1 調査対象事業の概要と調査目的

久留米市では、各種団体や事業者等と連携・協働して観光振興を図るため、「久留米市観光・MICE戦略」を策定している。その中における地域資源を活かした観光の推進の取組みのひとつとして、「久留米まち旅博覧会」と称し、市民協働で地元の人々が慣れ親しんだ歴史遺産や伝統工芸・自然・食文化などで訪れる人をもてなす手作りの旅プランの造成に取り組んでいる。

こうした取組みを今後の観光振興に関する議論の参考とするため調査を行った。

2 久留米市の概要

(1) 人口 301,598人（令和5年12月1日現在）

(2) 面積 229.96km²

3 久留米市の観光・MICE戦略

(1) 基本理念

「持続可能なほとめき観光都市」の実現

ほとめきとは…

筑後地方の方言で
「おもてなし」の意味

(2) 7つの基本方針と主な取組み

① 地域資源を活かした観光の推進

② 観光における広域間の連携

③ インバウンドの推進

④ MICEの誘致

⑤ 人材の育成

⑥ 観光の基盤づくり

⑦ 情報発信と誘客の強化

市内の資源を活かした
体験型観光商品の造成を支援

関連施設の有効活用により、
医療系を中心に積極的に誘致
来訪者の地域消費拡大に向け、
市内で使えるお得なチケット
（くるくるチケット）を販売

モバイル端末で利用できる
デジタル案内マップ
（くるめ観光案内マップ）を作成

取組みの1つが「久留米まち旅博覧会」

4 久留米まち旅博覧会

(1) 久留米まち旅博覧会とは

久留米に暮らす人々が慣れ親しんだ地元の歴史や自然、文化などの地域資源を活かし、磨き上げ、自らが訪れる人をもてなす体験交流型観光プログラム。

(2) 実施の背景

① 広域合併

平成17年、1市4町の合併により、久留米市が東西に拡大。「ひとつのまち久留米」としての結束感・統一感を高め、各エリアの特色を観光に活かす工夫が必要。

② 九州新幹線鹿児島ルートの特急開業

平成23年3月の九州新幹線鹿児島ルートの特急開業を見据え、交流人口の拡大を図るためのしくみづくりが必要。

③ 近年の旅行トレンドの変化

団体旅行から個人旅行へ、物見遊山的観光から知的好奇心を満たす観光へシフト。
(モノ消費 ⇒ コト消費)

④ 久留米の資源

キラコンテンツはないが、自然、文化、伝統、食文化、医療、ものづくりなど「磨けば光る」地域資源がある。



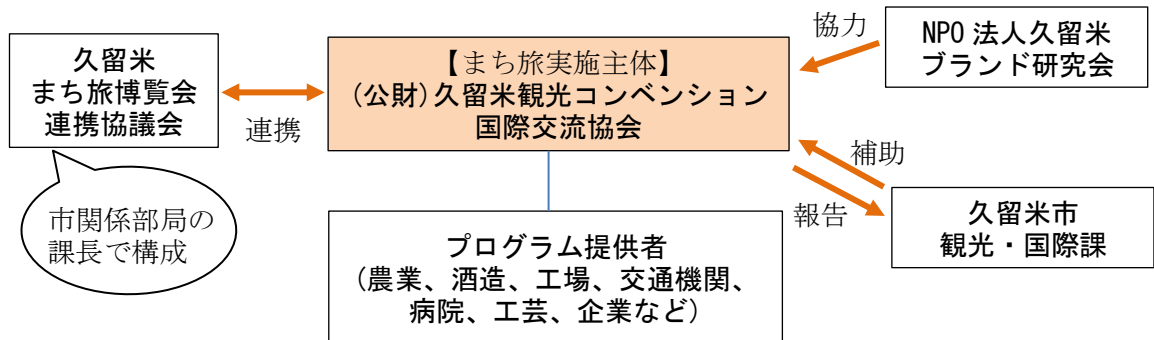
交流人口の拡大による地域活性化、地域イメージの向上・ブランド化に取り組もう！

(3) 主な経過

- | | |
|---------|---|
| 平成18年度 | 久留米市商品化戦略プランの策定（JTBへ業務委託） |
| 平成19年度 | 市職員10名と市民22名によるプログラムの検討ワーキングを実施
↳ <u>鉄道会社、医療機関、飲食店の事業者などが参加</u> |
| 平成20年度 | 実行委員会形式で第1回目久留米まち旅博覧会(秋)を開催
※事務局は久留米観光コンベンション国際交流協会
※平成21年度から平成23年度までは春と秋の2回開催 |
| 平成24年度～ | <u>NPO法人久留米ブランド研究会</u> が運営主体となり実施
※民間の実施で自由度が高まるとともに、これまで以上に地域に密着し、魅力ある観光商品の造成などが可能に
※通年型の「いつでもまち旅」を実施 |
| 令和5年度～ | <u>NPO法人久留米ブランド研究会</u> の事業縮小に伴い、 <u>久留米観光コンベンション国際交流協会</u> が再度運営主体となり実施
※企画、広報、開催を一元的に、また、久留米観光コンベンション国際交流協会の他事業との横断的な連携によりさらなる充実に取り組んでいく
※コロナの影響もあり、令和2年度以降は通年型のみ実施しており、「いつでもまち旅」を「まち旅」に名称変更 |

(4) 実施体制と役割

【実施体制】



【役割】

消費者（観光客）と地域資源（産業等）のマッチング（まち旅は地域資源との接点）

(5) まち旅プログラムの定義（要件）

- ・ 事前予約 ・ 有料 ・ 保険をかける ・ 久留米市（地元）らしさがある ・ 面白い
- ・ 新規性がある ・ 普段体験できない ・ おもてなしの案内ができる
- ・ 営利目的（個店のPR）のみではない

【プログラム紹介】

- ・ 梅林寺で1日修行僧本格座禅体験
- ・ 医療最前線の現場見学
- ・ 世界のブリヂストン 社長室から社食まで特別な社会科見学



(6) まち旅の成果

- ① 交流人口の拡大
- ② 久留米のイメージ・認知度アップ
- ③ 市民自身による地域の再発見
- ④ 人材の育成とネットワーク化

市民が主体的にプログラムを企画・実施することで、新たな魅力発見や誇りの醸成につながっている

(7) 課題

- ① 域外の認知度向上、集客促進
- ② 財政的自立化
- ③ まち旅プログラムの旅行商品化
- ④ ネットワークの再構築と人材育成

まち旅の運営は市の補助金が多くを占めており、今後は自主財源の確保が必要

ビジネスとして成り立つ商品づくりのため、プログラムの磨き上げとともに、常時受入れができる体制づくりが必要

(8) 今後の方向性

- ① 通年商品へのシフトチェンジ
- ② さらなる人材のネットワーク化
- ③ 魅力あるまち旅プログラムの造成
- ④ 域外や旅行会社等へのプロモーション

令和6年4～6月の福岡・大分デスティネーションキャンペーンに合わせた九州域内、関西方面へのプロモーションを実施
旅行会社や鉄道会社に対するプロモーションも行い、旅行商品化に取り組む

主な質疑

Q： 「まち旅」に対し、市民や事業者からはどのような反応があるのか。

A： 久留米市民には「まち旅」が浸透しつつあり、久留米の観光資源に対する共通認識や誇らしく思う気持ちが広がっていると感じている。プログラムの実施者からも、初めは特に強みとっていなかったことでも、参加者が喜んでくれることで自信や励みにつながっていると伺っており、身近なものの良さの再発見につながっていると捉えている。

また、市職員にも「まち旅」は浸透しており、業務の中でつながりのある事業者の紹介やプログラムのアイデアを提案してくれることも多々ある。

Q： 前年と同じプログラムが実施されないようなくみになっているとのことであるが、人気のプログラムについて、参加者側から毎年実施してほしいという要望はないのか。

A： 基本的には全く同じプログラムが毎年行われることがないようにしているということであり、企画会議の中で改善点を見つけたり、事務局で変更点を提案したりするなどして、ベースは同じプログラムでもマイナーチェンジやブラッシュアップを行いながら実施している。

Q： プログラムの実施に係る費用に対して市からの補助はあるのか。

A： プログラム実施者に対する直接の補助はないため、経費を踏まえた参加費用を設定するなどして実施してもらっている。

なお、「まち旅」のプログラムに対する補助ではないが、別事業として、インバウンド向けの体験型商品造成への補助金があり、こちらを活用してもらうことは可能となっている。



Q： 1年に実施できるプログラム数に限りがあり、提案数が上限を超えることも多いとのことであるが、その場合、実施するプログラムの選定は誰が行うのか。

A： NPO法人久留米ブランド研究会のメンバーや当初から「まち旅」に関わっている方などの中から選ばれた8名の企画委員が選定を行っている。

Q： プログラム実施に対する市からの補助はなく、利益のみを目的としないという要件もあるとのことであるが、プログラム実施者の原動力はどこにあると考えているか。

A： 人と人とのつながりで実施してもらえていると感じている。今まで運営の中心となっていたNPO久留米ブランド研究会にキーマンがおり、上手く周囲を巻き込んでいただいている。また、現在は「まち旅」が浸透し、ある程度ブランド化されていることが事業者の参加意欲につながっていると考えます。

Q： 商店街や商工会議所は「まち旅」にどのように関わっているのか。

A： 商店街や商工会議所といった組織自体が直接関わっているわけではないが、所属している事業者がプログラムの1実施者として参加することはある。

Q： P Rの面における課題はあるか。

A： ホームページやパンフレットで周知しているが、参加者は市内の方が半数を占めており、市外の方へのP Rが課題と感じている。



Q： パンフレットはどこに設置しているのか。

A： 福岡県内の駅などに設置している。加えて過去の参加者にダイレクトメールも送っている。

Q： インバウンドのコンテンツとしての魅力があると感じるが、外国人観光客などの参加はどれくらいあるのか。

A： 外国語対応など、外国人向けの準備ができていない事業者が大半であることもあり、外国人の参加はほぼない。外国人観光客は体験や現地の人との触れ合いを重視する傾向が強く、「まち旅」のコンテンツはニーズにマッチしているとは考えているため、インバウンド向けの体験型商品造成の動きは進めている。ただ、旅行商品として定期的を開催することが難しいプログラムも多く、課題と感じている。

Q： 令和5年度から実施主体が久留米観光コンベンション国際交流協会に戻ったとのことであるが、行政の関わり方で気を付けていることはあるか。

A： 市が関わり過ぎると、やらされている感が出てしまうので、後方支援に徹するべきと考えている。NPO法人久留米ブランド研究会が運営していたときも、過度に入り込まずに、あくまで実施者が自らおもてなしをするということで距離感を大切にしており、実施主体変更後も同様の考え方である。

Q： M I C E誘致による経済効果は。

A： 規模が大きい日本病理学会のM I C E誘致を例にすると、2日間の開催、613名の参加で宿泊、飲食などによる経済効果は約3,200万円の試算となっている。

Q： くるくるチケットの詳細を伺いたい。

A： 市内で使えるお得なチケットとして4枚セット 2,000円で観光協会や宿泊施設、J R久留米駅などで販売しており、参加店舗は約100軒となっている。チケット1枚でラーメン1杯などのメニューを店舗ごとに設定していただいております。現金で支払うよりも100~200円程お得になるサービスを提供していただいている店舗が多い。チケットの使用でお店側に利益が出るものではないため、消費行動を促すことやまちなかの賑わい創出に協力していただいているという意味合いが強い。

